

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระในหัวข้อเรื่องกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการหอพักในตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการหอพักในตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ว่าสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและมีข้อเสนอแนะดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและกิจการ

###### ข้อมูลผู้ประกอบการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.7 มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 31.5 มีตำแหน่งเป็นผู้ลงทุนร้อยละ 58.3

###### ข้อมูลกิจการ

จากการศึกษาพบว่ากิจการส่วนใหญ่ตั้งอยู่หมู่ที่ 10 (บ้านอุโมงค์) ร้อยละ 40.7 หมู่ที่ 14 (บ้านใหม่หลังมอ) ร้อยละ 20.4 และหมู่ที่ 8 (บ้านหลังห้า) ร้อยละ 17.6 เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 80.6 โดยแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการลงทุนเป็นเงินออมทั้งหมด ร้อยละ 39.8 ระยะเวลาเปิดบริการตั้งแต่ 1- 4 ปี ร้อยละ 45.4 ส่วนใหญ่เป็นหอพักในแบบทั้งชายและหญิง ร้อยละ 90.7 มีห้องพัก 10-40 ห้อง ร้อยละ 36.1 มีเฉพาะห้องพัสดม ร้อยละ 72.2 ราคาห้องพักโดยเฉลี่ย 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 32.4 รองลงมาคือราคาห้องพักโดยเฉลี่ย 1,501 – 2,000 บาท ร้อยละ 22.2 โดยที่อัตราค่าเช่าพักของกิจการมากกว่า 70% ร้อยละ 45.4 รองลงมาคืออัตราเช่าพักระหว่าง 51 -70 % ร้อยละ 30.6 กิจการส่วนใหญ่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าเช่าพัก ร้อยละ 60.2

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยแวดล้อมภายนอกธุรกิจ จุดแข็งและจุดอ่อนธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่เป็นโอกาสสำคัญในการดำเนินธุรกิจคือ รายได้ข้าราชการ/พนักงาน ต่อครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากเมื่อรายได้เพิ่มมากขึ้นลูกค้าก็จะมีความสามารถในการชำระเงินค่าเช่าได้มากขึ้นด้วย และอุปสรรคที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ คือ ด้านราคาอุปกรณ์และวัสดุก่อสร้างที่เพิ่มขึ้น เนื่องจาก หอพักที่สร้างมาเมื่อถึงระยะเวลาพอสมควรก็ต้องซ่อมบำรุงอุปกรณ์ และราคาอุปกรณ์ที่เพิ่มขึ้นทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าเดิม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่เป็นโอกาสสำคัญในการดำเนินธุรกิจคือ การมีโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้คนรู้จักและเข้าพักรักษาตัวมากขึ้น เนื่องจาก เป็นอีกทางเลือกในการโฆษณาให้รู้จักหอพักมากขึ้น และอุปสรรคที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ คือ การมี การจองและการจ่ายค่าหอพักผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากคิดว่าไม่มีความจำเป็นเพราะการจองและการจ่ายค่าหอพักแบบเดิมก็ได้อยู่แล้ว อีกทั้งยังไม่มีบุคลากรที่มีความสามารถในการดำเนินการและไม่มีเงินทุนเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นโอกาสสำคัญในการดำเนินธุรกิจคือ ค่านิยมในการพักหอพักนอกมหาวิทยาลัย เนื่องจาก การที่นักศึกษาชอบพักหอพักนอกมหาวิทยาลัยทำให้กลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามไม่คิดว่าปัจจัยด้านสังคมและสังคมและวัฒนธรรมเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านการเมืองที่เป็นโอกาสสำคัญในการดำเนินธุรกิจคือ การพัฒนาด้านสาธารณูปโภคของ อบต. เช่น ทำถนน ระบบท่อน้ำทิ้งสาธารณะ เนื่องจาก ทำให้เกิดความเจริญและสะดวกสบายสำหรับหอพักเพิ่มขึ้น และอุปสรรคที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ คือ การจัดเก็บภาษีโรงเรือนและมาตรการจัดเก็บภาษีรายได้ในอัตราที่สูง เนื่องจากการ เก็บภาษีในอัตราที่สูงทำให้ผลกำไรของกิจการลดลง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านการแข่งขัน ที่เป็นโอกาสสำคัญในการดำเนินธุรกิจคือ จำนวนสถาบันการศึกษาที่เพิ่มขึ้น เนื่องจาก ส่วนใหญ่ลูกค้ากลุ่มหลักเป็นนักศึกษา เมื่อสถาบันเพิ่มขึ้นและรับนักศึกษามากขึ้นทำให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้ามีจำนวนเพิ่มขึ้นตามไปด้วย และอุปสรรคที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ คือ จำนวนหอพักเพิ่มขึ้น เนื่องจากเมื่อจำนวนหอพักเพิ่มมากขึ้นทำให้ลูกค้าสามารถเลือกหอใหม่ๆ ได้มากขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า จุดเด่นของธุรกิจเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่นส่วนใหญ่คือ ภาพพจน์ของหอพักดีปลอดภัย สะอาด ร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ มีการดูแลซ่อมบำรุงอุปกรณ์ในห้องอย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 57.4 และตั้งอยู่ใกล้แหล่งทำงานหรือแหล่ง

ที่ศึกษา ร้อยละ 54.6 และเห็นว่าจุดด้อยของธุรกิจเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นส่วนใหญ่ คือคิดว่า ห้องพักมีรูปแบบน้อยและราคาเดียว คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาคือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ ต่อความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 31.5 ชื่อเสียงเป็นไม้ค้อยเป็นที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 27.8

### ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด

#### การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า กิจการส่วนใหญ่ คิดว่าไม่มีความจำเป็นต้องแบ่งกลุ่มลูกค้า คิดเป็น ร้อยละ 43.5 รองลงมา คือแบ่งตามพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 25.0 การแบ่งตามรายได้ต่อเดือนของ ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 19.4 กลุ่มลูกค้าหลักของหอพักเป็นนักศึกษาระดับอุดมศึกษา คิดเป็น ร้อยละ 64.8 รองลงมา คือกลุ่มข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของ มช. คิดเป็นร้อยละ 19.4 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มพนักงานเอกชน/ลูกจ้างที่อื่นๆ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 โดยที่ส่วนใหญ่ลูกค้ามีฐานะปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมาคือมีฐานะดี คิดเป็นร้อยละ 11.1 ฐานะไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 7.4 และจากการคาดการณ์แนวโน้มกลุ่มลูกค้าจากผู้ตอบ แบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าหลักมีแนวโน้มเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 62.0 เนื่องจากชื่อเสียงของหอพักเป็นที่รู้จักดี สถานที่และปัจจัยต่างๆมีส่วนเอื้ออำนวยต่อธุรกิจ ราคา ห้องพักราคา ใกล้เคียงแหล่งศึกษาและสถานที่ทำงาน กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเห็นว่าแนวโน้ม ลูกค้าหลักน่าจะเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 25.0 เนื่องจาก การเพิ่มมากขึ้นของประชากร ทำเลที่ตั้งดี การมีการปรับปรุงอาคารให้ใหม่อยู่เสมอ การชักชวนจากกลุ่มลูกค้าเก่า และการบริการที่ทำให้ ลูกค้าพึงพอใจ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเห็นว่าแนวโน้มลูกค้าหลักน่าจะลดลง คิดเป็น ร้อยละ 13.0 เนื่องจาก มีจำนวนหอพักเพิ่มขึ้นอย่างมาก ลูกค้าย้ายไปอยู่หอพักที่ใหม่กว่า และลูกค้าสามารถซื้อที่อยู่อาศัยได้เอง

ในอนาคตกิจการส่วนใหญ่จะเน้นกลุ่มลูกค้าหลักกลุ่มเดิม คือกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาคือ พนักงานเอกชน/ลูกจ้างที่อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 14.8 ข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของ มช. คิดเป็นร้อยละ 13.0 ซึ่งกิจการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของตนเองใน แบบ ห้องพักขนาดปานกลางพร้อมเฟอร์นิเจอร์ปานกลาง คิดค่าเช่าปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา คือห้องพักขนาดปานกลางพร้อมเฟอร์นิเจอร์ปานกลาง คิดค่าเช่าต่ำ คิดเป็นร้อยละ 27.8 ห้องพักขนาดใหญ่พร้อมเฟอร์นิเจอร์อย่างดี คิดค่าเช่าปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.7 และมีการตั้งวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานด้านการตลาด คือเพิ่มอัตราการเข้าพัก คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ อื่นๆ (การรักษามาตรฐานเดิม) คิดเป็นร้อยละ 32.4 และเพิ่มปริมาณห้องพัก/ สร้างหอพักเพิ่ม คิดเป็นร้อยละ 20.4 เพิ่มกำไรให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 8.3

### กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

สำหรับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านสถานที่ตั้ง กลยุทธ์ด้านบุคลากร และกลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกลยุทธ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และกลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ

**กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( ค่าเฉลี่ย 3.20 ) โดยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การออกแบบดี สวยงามและมีความคงทนแข็งแรง (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ มีขนาดห้องพักใหญ่ สะอาด อากาศถ่ายเท โปร่งอยู่สบาย (ค่าเฉลี่ย 3.68) และการออกแบบจัดวางและความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

**กลยุทธ์ด้านราคา** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการที่มีให้ลูกค้าด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยกลยุทธ์ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ค่าเช่ารายเดือนมีราคาเหมาะสมกับสภาพห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ติดตามที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ก่อนชำระเงินมีการแจ้งยอดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

**กลยุทธ์ด้านสถานที่ตั้ง** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการที่มีให้ลูกค้าด้านสถานที่ตั้งโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยกลยุทธ์ด้านสถานที่ตั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ หอพักมีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ ใกล้สถานับการศึกษา/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.99) ที่ตั้งหอพักสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

**กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการที่มีให้ลูกค้าด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51) โดยกลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ถ้าบอกกล่าวจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน (ค่าเฉลี่ย 2.84) และมีของขวัญให้ตามเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.28) ตามลำดับ

**กลยุทธ์ด้านบุคลากร** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการที่มีให้ลูกค้าด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยกลยุทธ์ด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ เจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.22)

รองลงมาคือ เจ้าของ ผู้ดูแลหรือพนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) พนักงานมีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

**กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการที่มีให้ลูกค้าด้านกระบวนการบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยกลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความยืดหยุ่นในการชำระค่าเช่าและบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ การให้บริการอย่างรวดเร็วในด้านซ่อมแซมอุปกรณ์ภายในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.80) สามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ดูแลห้องพักได้ตลอด 24 ชม. (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

**กลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการที่มีให้ลูกค้าด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยกลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีการดูแลลูกค้าเสมือนญาติ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ มีการให้คำปรึกษาในเรื่องที่มีปัญหาของผู้เช่า (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีการดูแลห้องพักและทรัพย์สินเมื่อผู้เช่าไม่อยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าสาเหตุการย้ายห้องพักของลูกค้า ส่วนใหญ่คือ ย้ายตามเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ จบการศึกษา/ย้ายที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 44.1 ห้องพักและห้องน้ำเก่า สร้างมานาน คิดเป็นร้อยละ 25.9 ตามลำดับ

ในการดำเนินกิจการห้องพักปัญหาที่พบ ส่วนใหญ่คือ ผู้เช่าจ่ายค่าเช่าไม่ตรงเวลา คิดเป็นร้อยละ 69.4 รองลงมาคือ ผู้เช่าส่งเสียงดัง คิดเป็นร้อยละ 52.8 นำสัตว์เลี้ยงมาเลี้ยงภายในห้องพัก คิดเป็นร้อยละ 25.9 ตามลำดับ

กลยุทธ์ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ส่วนใหญ่คือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งดี เช่น อยู่ใกล้สถานศึกษา/ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 59.3 บุคลากรมีความเอาใจใส่และอัธยาศัยดี คิดเป็นร้อยละ 56.5 ตามลำดับ

นอกจากนี้พบว่าวิธีการปรับปรุงห้องพักเมื่อลูกค้ามีจำนวนลดลง ส่วนใหญ่คือ ปรับปรุงสถานที่ให้สะอาด น่าอยู่ คิดเป็นร้อยละ 25.9 รองลงมา คือเพิ่มการตกแต่งให้สะดุดตาและสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 21.3 ปรับราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 17.6 ตามลำดับ



## อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการหอพักในตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษิตตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

แนวคิดที่นำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการศึกษาคือ

1. การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก จุดแข็ง จุดอ่อน
2. การวางแผนกลยุทธ์การตลาด

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก จุดแข็ง จุดอ่อนของกิจการ เพื่อให้ทราบถึงโอกาส อุปสรรคของกิจการ อีกทั้งทราบจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการ เพื่อให้กิจการประสบความสำเร็จ สร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง โดยปัจจัยแวดล้อมภายนอกมีส่วนช่วยผู้ประกอบการในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดดังนี้

ด้านเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นดอกเบี้ยเงินกู้ที่เพิ่มขึ้นที่ส่งผลกระทบต่อ การชำระดอกเบี้ยของกิจการ ราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ทำให้ลูกค้าเลือกที่จะเข้าพักที่ ไม่ต้องเดินทางไกลเพื่อประหยัดค่าน้ำมัน และจากราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลกระทบต่อราคาอุปกรณ์และ วัสดุก่อสร้างให้สูงขึ้น และแม้กระทั่งรายได้ข้าราชการ/พนักงานที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดการย้ายไปอยู่ หอพักที่มีคุณภาพดีขึ้นกว่าเดิม ผู้ประกอบการเห็นว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจนี้เป็นอุปสรรคในการ ดำเนินกิจการ ทำให้ผู้ประกอบการต้องวางแผนกลยุทธ์เพื่อให้มีความเหมาะสมกับกิจการและกลุ่ม ลูกค้า เช่น ผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงในด้านผลิตภัณฑ์ คือในส่วนของหอพัก โดยมีการ ทำให้หอพักมีความสะอาดน่าอยู่ มีการเพิ่มอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเพื่อ ตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นกลุ่มนักศึกษาอุดมศึกษามากขึ้น เช่นการมีโทรทัศน์ภายในห้องพัก การปรับปรุงเฟอร์นิเจอร์ให้อยู่ในลักษณะใหม่และนำใช้งานอยู่เสมอ และอาจเพิ่มอุปกรณ์เพิ่มเติม ในห้องที่ไม่มี เช่นชั้นวางหนังสือ โต๊ะเครื่องแป้ง อีกทั้งยังควรมีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุง เครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำให้เป็นสุขภัณฑ์แบบชักโครก และเลือกสุขภัณฑ์ให้ดูสะอาดและ สวยงาม อ้างถึงการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาปริญญาตรี ในการเลือกเช่าหอพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ของ ณัฐพล กกกำแหง ที่พบว่านักศึกษา ต้องการให้มีโทรทัศน์ภายในห้องพัก เฟอร์นิเจอร์ที่ต้องการในห้องพักเพิ่มเติมจากเดิมคือ ชั้นวาง หนังสือและโต๊ะเครื่องแป้ง ประเภทสุขภัณฑ์ในห้องน้ำที่ลูกค้าต้องการคือสุขภัณฑ์แบบชักโครก เป็นต้น

ด้านเทคโนโลยี ในสังคมปัจจุบันที่เป็นสังคมแห่งเทคโนโลยี การมีการโฆษณา ผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้คนรู้จัก และเข้าพักหอพักมากขึ้น การใช้ระบบผ่านเข้า - ออกอาคารหอพัก ด้วยบัตร การจองและการจ่ายค่าเช่าหอพักผ่านอินเทอร์เน็ต ถึงแม้ว่าจะถือเป็นโอกาสของกิจการ

สำหรับกิจการที่มีศักยภาพและบุคลากร แต่ในทางกลับกันก็มีบางกิจการปัจจัยด้านเทคโนโลยีเหล่านี้ก็ทำให้เป็นอุปสรรคในการดำเนินงาน ผู้ประกอบการจึงควรวางแผนกลยุทธ์เพื่อรองรับ เช่น ผู้ประกอบการควรสนใจใส่ใจในการรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสารสนเทศ มีการเข้าฝึกอบรมกับหน่วยงานของรัฐที่ส่งเสริมด้านเทคโนโลยีกับผู้ประกอบการรายเล็ก มีการส่งเสริมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในด้านเทคโนโลยีโดยเริ่มจากในเบื้องต้น เช่นการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพของแต่ละกิจการ ถึงแม้ว่ากิจการจะมีศักยภาพในด้านเงินทุนและบุคลากรที่ต่างกัน ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการรับรู้ของบุคลากรและการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่ไม่เท่ากัน แต่ก็ยังเป็นจุดเริ่มต้นจุดหนึ่งในกระแสการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากถ้าหากไม่คิดจะปรับปรุงก็อาจทำให้ปริมาณลูกค้าลดลง

ด้านสังคมและวัฒนธรรม ในด้านนี้ค่านิยมถือว่าส่งผลต่อกลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักศึกษาที่มีค่านิยมในการพักผ่อนนอกมหาวิทยาลัย อ้างถึงการค้นคว้าวิจัยอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ของวันดี แก่นลิ้ม ที่พบว่า นักศึกษามองว่าคุณภาพของห้องพักนอกมหาวิทยาลัยมีคุณภาพดีกว่าห้องพักในมหาวิทยาลัยอย่างมาก และค่านิยมของการคบเพื่อนที่ต้องการมีเพื่อนพักอยู่ห้องพักเดียวกัน เพื่อสามารถพูดคุยและรู้สึกถึงความปลอดภัยมากกว่าการอยู่หอพักโดยไม่มีเพื่อนที่รู้จัก ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมนี้ ถือเป็นโอกาสในการดำเนินกิจการ โดยที่แต่ละกิจการจะมีผลกระทบมากหรือน้อยก็ขึ้นกับการวางแผนกลยุทธ์รองรับ เช่น ค่านิยมการคบเพื่อนเพื่อให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยในการพักอาศัยในห้องพัก ในกรณีที่ถูกค้าอยู่คนเดียวโดยไม่มีเพื่อน หอพักก็ควรทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกปลอดภัย เช่นการมีบริการด้านการรักษาความปลอดภัย การมีพนักงานรักษาความปลอดภัยภายในห้องพัก หรือแม้กระทั่งการดูแลอย่างใกล้ชิดของเจ้าหน้าที่และเจ้าของห้องพัก

ด้านการเมืองเรื่องการจัดเก็บภาษีโรงเรือนและภาษีรายได้ในอัตราที่สูง ทำให้เป็นอุปสรรคต่อกิจการ ผู้ประกอบการควรวางแผนกลยุทธ์ มีด้านการจัดระบบภายในองค์กร มีการสำรองเงินไว้สำหรับจ่ายภาษี เมื่อถึงเวลาต้องชำระจะได้ไม่เป็นอุปสรรค อีกทั้งควรมีการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มอัตราการเข้าพักของลูกค้าทั้งนี้การเพิ่มอัตราการเข้าพักก็เป็นการเพิ่มแหล่งรายได้ทำให้รายได้เพิ่มมากขึ้น และครอบคลุมค่าใช้จ่าย อีกทั้งควรมองกลุ่มลูกค้ากลุ่มอื่น ที่ไม่ใช่กลุ่มนักศึกษาเพียงกลุ่มเดียว ที่กิจการสามารถตอบสนองได้ เช่น ถ้ากิจการที่อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างดี ก็อาจเปลี่ยนมาเน้นกลุ่มลูกค้ากลุ่มที่เป็นข้าราชการ พนักงาน ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพิ่มด้วยเป็นการขยายกลุ่มลูกค้าทำให้แนวโน้มลูกค้าเพิ่มขึ้น

ด้านการแข่งขัน ถึงแม้สถานการณ์ศึกษาจะมีเพิ่มขึ้นและรับนักศึกษาจำนวนมากขึ้น แต่การที่จำนวนหอพักนักศึกษามีเพิ่มขึ้นด้วยนั้นก็ส่งผลให้เกิดการแข่งขันอย่างสูงในกิจการหอพัก

การวางแผนกลยุทธ์ในขั้นต้น กิจการควรมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านราคาเพื่อเป็นการจูงใจกลุ่มลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักศึกษาที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก แต่การใช้กลยุทธ์ด้านราคาเมื่อถึงจุดหนึ่งที่หลากหลายกิจกรรมมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านราคาเหมือนกันก็จะทำให้ราคาในตลาดโดยรวมต่ำ และเท่าเทียมกัน ผู้ประกอบการจึงควรเน้นด้านอื่น เช่น การเน้นด้านกระบวนการบริการ มีการให้บริการกับลูกค้าอย่างรวดเร็วทั้งในด้านการทำสัญญาการเข้าพัก การซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุดอย่างรวดเร็ว และการที่ลูกค้าสามารถติดต่อผู้ดูแลได้ตลอดเวลา การสร้างความแตกต่างด้านกระบวนการบริการนี้จะทำให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้า อาจทำให้เกิดความภักดีสินค้าซึ่งก็คือห้องพัก และเกิดการแนะนำบอกต่อทำให้ลูกค้าเข้ามาพักมากขึ้น

จากการศึกษาผู้ประกอบการห้องพักมีการคำนึงถึงจุดเด่นของกิจการนั้นคือ ภาพพจน์ของห้องพักดี ปลอดภัย สะอาด การดูแลซ่อมบำรุงอุปกรณ์ในห้องอย่างสม่ำเสมอ การตั้งอยู่ใกล้แหล่งทำงานหรือแหล่งศึกษา และเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี ส่วนจุดอ่อนของกิจการคือ ห้องพักมีรูปแบบน้อยและราคาเดียว ที่จอตลอดไม่เพียงพอต่อความต้องการ ชื่อเสียงไม่เป็นที่รู้จักและไม่มี การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด ดังนั้นผู้ประกอบการควรเน้นในการรักษาและพัฒนาจุดเด่น โดยการวางแผนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ด้วยการเน้นความสะอาดห้องพักมีการดูแลด้านความปลอดภัยอย่างเข้มงวด และมีวางแผนกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาที่สื่อให้ลูกค้าเห็นถึงภาพพจน์ ห้องพักดี ปลอดภัย สะอาด มีการรักษามาตรฐานการให้บริการ ในด้านการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ในห้องอย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมให้กิจการมีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันควรมีการใช้กลยุทธ์เพื่อปรับปรุงจุดด้อยให้ดีขึ้น เช่น การที่ห้องพักมีรูปแบบน้อยทำให้ตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าได้น้อย (ห้องพักมีแบบเดียว และมีที่จอตลอดไม่เพียงพอ) ก็ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มให้เกิดความหลากหลายด้านผลิตภัณฑ์ และราคาให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าที่มากขึ้น โดยการที่ถ้ากิจการมีห้องพักที่เป็นห้องพักแบบพัสดมอย่างเดียว ก็อาจมีการเพิ่มเติมเครื่องทำน้ำอุ่นภายในห้องพัก การจัดการติดตั้งระบบเคเบิลทีวีเพื่อสร้างแรงจูงใจต่อกลุ่มลูกค้า หรือแม้กระทั่งการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในห้องพัก เพื่อให้มีความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์ของห้องพัก โดยอาจมีการคัดเลือกคนเข้าพักในห้องพักเพื่อลดจำนวนรถซึ่งก่อให้เกิดปัญหาที่จอตลอดไม่เพียงพอ เป็นต้น

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา และมีฐานะปานกลาง และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก็วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่คุณภาพปานกลาง ราคาปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าที่กลุ่มหลักคือนักศึกษาและฐานะปานกลาง



ตารางที่ 39 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการและลูกค้า

ระดับความสำคัญที่ให้แต่ละปัจจัย	ด้านผู้ประกอบการ	ด้านลูกค้า	
	กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการหอพักในตำบลสุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ (อังคณา,2548)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาปริญญาตรีในการเลือกเช่าหอพักใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ (ฉัฐพล,2546)	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าหอพักรายเดือนของนักศึกษาสถาบันราชภัฏลำปาง (นิตยา,2547)
ด้านผลิตภัณฑ์	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
ด้านราคา	มาก	ปานกลาง	มาก
ด้านสถานที่ตั้ง	มาก	มาก	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	มาก	มาก	มาก
ด้านกระบวนการบริการ	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มาก	มาก	มาก

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง บุคลากร และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาปริญญาตรีในการเลือกเช่าหอพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ของ ฉัฐพล กกก้าแหง และยังสอดคล้องกับการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าหอพักรายเดือนของนักศึกษาสถาบันราชภัฏลำปาง” ของนิตยา

ป็นตาสี ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าในระดับมาก คือปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

นอกจากนี้ การศึกษาค้นคว้ายังพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านกระบวนการบริการในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ การค้นคว้าแบบอิสระของ ณัฐพล กกก้าแหง ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านกระบวนการบริการในระดับมาก และให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับปัจจัยด้านราคา

โดยเหตุผลที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านราคาอาจเป็นเพราะการมีจำนวนห้องพักในตำบลสุเทพเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันกันสูง และลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ทำให้ผู้ประกอบการคิดว่าราคาเป็นตัวกำหนดปริมาณลูกค้า และเพื่อสร้างความแตกต่างจากห้องพักอื่นๆ จึงมีการลดราคาจนทำให้ราคาห้องพักโดยส่วนใหญ่ไม่สูงนัก ซึ่งตรงกับการค้นคว้าอิสระ ของนิศยา ปินตาสี ที่ศึกษากลุ่มนักศึกษาราชภัฏลำปางที่พบว่าลูกค้ากลุ่มนักศึกษานี้เป็นกลุ่มที่มีรายได้จำกัด ราคาจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพัก ในทางกลับกันจากการค้นคว้าอิสระ ของณัฐพล กกก้าแหง ที่ศึกษากลุ่มตัวอย่างนักศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบความแตกต่างว่าลูกค้าให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการในระดับมาก แต่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง โดยอาจเป็นเพราะผู้วิจัยทำการศึกษาในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีห้องพักเป็นจำนวนมาก จนทำให้เกิดการตัดราคากันในกลุ่มของผู้ประกอบการจนราคาอยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ปัจจัยด้านราคาจึงไม่มีผลต่อการเข้าพักห้องพักมากนัก ลูกค้าจึงหันไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอื่นๆ แทน เช่น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านกระบวนการบริการ เป็นต้น

นอกจากนี้ จากการศึกษา ของ ณัฐพล กกก้าแหง (2546) ยังพบว่า ค่าเช่ารายเดือนที่ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการที่จะจ่ายคืออยู่ระหว่าง 1,501-2,000 บาท และการศึกษา ของ นิศยา ปินตาสี (2547) ที่พบว่า ค่าเช่าที่นักศึกษาต้องการจ่ายคือ 1,001-1,500 บาท ซึ่งมีความใกล้เคียงกับค่าเช่ารายเดือนที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่กำหนดขึ้นคือ ไม่เกิน 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละร้อยละ 60.2

## ข้อค้นพบ

จากการศึกษามีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ใช้เงินออมทั้งหมดในการลงทุน โดยกลุ่มลูกค้าหลักของกิจการในตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา มีการคิดค่าเช่ารายเดือนส่วนใหญ่ไม่เกิน 2,000 บาท
2. ที่ตั้งที่มีกิจการหอพักอยู่มากคือ หมู่ที่ 8 หมู่ที่ 10 และหมู่ที่ 14 ซึ่งมีระยะทางไกลถนนใหญ่และใกล้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มากกว่าหมู่บ้านอื่นๆ
3. ผู้ประกอบการคิดว่าโอกาสของหอพัก ด้านเศรษฐกิจ คือ รายได้ข้าราชการ/พนักงานต่อครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น ด้านเทคโนโลยี คือ การมีโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้คนรู้จักและเข้าพักมากขึ้น ด้านสังคมและวัฒนธรรม คือ ค่านิยมในการพักนอกมหาวิทยาลัย ด้านการเมือง คือ การพัฒนาด้านสาธารณูปโภคของ อบต. เช่น ทำถนน ระบบท่อน้ำทิ้งสาธารณะ ด้านการแข่งขัน คือ จำนวนสถาบันการศึกษาที่เพิ่มขึ้น
4. ผู้ประกอบการคิดว่าอุปสรรคของหอพัก ด้านเศรษฐกิจ คือ ราคาอุปกรณ์และวัสดุก่อสร้างที่เพิ่มขึ้น ด้านเทคโนโลยี คือ การมีการจองและการจ่ายค่าหอพักผ่านอินเทอร์เน็ต ด้านสังคมและวัฒนธรรม ผู้ประกอบการยังไม่เห็นว่ามีปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ด้านกฎหมาย คือ การจัดเก็บภาษีโรงเรียนและภาษีรายได้ที่สูง ด้านการแข่งขัน คือ จำนวนหอพักที่เพิ่มขึ้น
5. ผู้ประกอบการมีการใช้กลยุทธ์การแบ่งกลุ่มลูกค้าโดยใช้เกณฑ์ต่างๆกัน คือ การแบ่งตามพื้นที่ แบ่งตามรายได้ต่อเดือน และแบ่งตามอาชีพ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการร้อยละ 44 ไม่คิดว่ามีความจำเป็นต้องแบ่งกลุ่มลูกค้าเพื่อที่จะวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และไม่คิดว่ามีความจำเป็นต้องมีการวางแผนจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด โดยที่ผู้ประกอบการทราบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่มีฐานะปานกลาง โดยในอนาคตก็ยังคงเน้นกลุ่มลูกค้าหลักซึ่งเป็นกลุ่มนักศึกษาเหมือนเดิม โดยคิดว่ากลุ่มนี้จะมีแนวโน้มไม่เปลี่ยนแปลงคือกลุ่มลูกค้าเท่าเดิม และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มอัตราการเข้าพักของลูกค้าให้มากขึ้น
6. ผู้ประกอบการมีกลยุทธ์กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ที่คุณภาพปานกลาง ราคาปานกลางเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับอุดมศึกษา
7. ผู้ประกอบการร้อยละ 38.9 มีวัตถุประสงค์การตลาดในการเพิ่มอัตราการเข้าพักให้มากขึ้น และร้อยละ 20.4 ต้องการเพิ่มปริมาณห้องพักหรือสร้างห้องพักเพิ่ม
8. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อบริการที่มีให้ลูกค้าในระดับมากได้แก่ กลยุทธ์ด้านบุคลากร เป็นสำคัญ รองลงมา คือ กลยุทธ์ด้านสถานที่ตั้ง กลยุทธ์ด้านราคา และ กลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ และ

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อบริการที่มีให้ลูกค้าในระดับปานกลาง คือ กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

9. สิ่งที่เป็นสาเหตุการย้ายห้องพัก คือ การย้ายตามเพื่อน การจบการศึกษา/ย้ายที่ทำงาน และห้องพัก ห้องน้ำเก่าสร้างมานาน โดยที่ปัญหาที่พบในการดำเนินกิจการ คือ ผู้เช่าจ่ายค่าเช่าไม่ตรงต่อเวลา ผู้เช่าส่งเสียงดัง และนำสัตว์มาเลี้ยงภายในห้องพัก ปัจจัยที่เริ่มมีบทบาทต่อการย้ายห้องพักของลูกค้า คือ การมีอินเทอร์เน็ตภายในและเคเบิลทีวีในห้องพักที่เพิ่มความสะดวกสบายแก่ลูกค้า และผู้ประกอบการคิดว่ากลยุทธ์ที่ทำให้กิจการประสบความสำเร็จ คือ ราคาที่เหมาะสมทำเลที่ตั้งดี และบุคลากรมีความเอาใจใส่และอัธยาศัยดี ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีวิธีปรับปรุงห้องพักเมื่อลูกค้ามีจำนวนลดลง คือ ปรับปรุงสถานที่ให้สะอาด น่าอยู่ การเพิ่มการตกแต่งให้สะอาดตาและสวยงาม และการปรับราคาให้เหมาะสม

10. ผู้ประกอบการคิดว่าจุดเด่นของห้องพักคือ ภาพพจน์ของห้องพักดี ปลอดภัย สะอาด มีการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ในห้องอย่างสม่ำเสมอ และการตั้งอยู่ใกล้แหล่งทำงานหรือแหล่งที่ศึกษา และคิดว่าจุดด้อยของห้องพักคือ ห้องพักมีรูปแบบน้อยและราคาเดียว ที่จอร์จไม่เพียงพอต่อความต้องการ และชื่อเสียงไม่เป็นที่รู้จัก

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการห้องพักในตำบลสุเทพ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. กิจการส่วนใหญ่มีเจ้าของคนเดียวและใช้แหล่งเงินทุนคือเงินออมทั้งหมดในการประกอบกิจการทำให้เกิดความคล่องตัวในด้านการบริหารจัดการ ลดขั้นตอนในการดำเนินการต่างๆ ที่ยุ่งยากออกไป และสามารถตัดสินใจได้รวดเร็ว จึงเป็นข้อดีของกิจการในรูปแบบนี้ แต่ในการใช้เงินออมในการลงทุนทั้งหมดนั้น บางครั้งก็ทำให้ไม่ต้องคำนึงถึงภาระหนี้สินที่ต้องจ่าย ทำให้กิจการล้มเลิกการสำรองเงินไว้เพื่อการปรับปรุงกิจการและผู้ประกอบกิจการอาจไม่ให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าที่ควร เนื่องจากเมื่อไม่ต้องกังวลถึงภาระหนี้สิน บางกิจการจึงไม่คำนึงถึงอัตราการเข้าพักของลูกค้ามาก เพราะทำแค่พออยู่ได้โดยไม่เดือดร้อน เมื่อมีลูกค้าลดลงก็ไม่ดำเนินการเพื่อแก้ไขจนบางครั้งถึงขั้นวิกฤติ แทนไม่มีลูกค้าแล้วจึงมาปรับปรุงกิจการ อีกทั้งผู้ประกอบการต้องติดตามข่าวคราวความเปลี่ยนแปลงของทั้งกลุ่มลูกค้า และคู่แข่งกันอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะช่วยให้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดได้ง่ายขึ้น

2. ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบเป็นอย่างมากคือปัจจัยด้านการแข่งขันที่มีสูงขึ้น เนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการจึงควรแก้ปัญหาด้วยการสร้างพันธมิตรทางการค้าเพื่อให้มีการร่วมมือกัน โดยที่มีการแนะนำลูกค้าให้แก่กันและกัน จะเป็นการป้องกันการตัดราคากันเองของกิจการ และช่วยให้เกิดมาตรฐานของกิจการที่รวมกลุ่มกัน

3. ปัญหาด้านจุดค้อยของกิจการเช่นเรื่องที่จอดรถไม่เพียงพอ นั้น ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนโดยอาจทำการจำกัดประเภทและปริมาณรถที่ใช้ในแต่ละห้องพัก อีกทั้งมีการคัดเลือกกลุ่มลูกค้าที่ไม่เพิ่มปัญหาในด้านการจอดรถ เช่นถ้าห้องพักไม่มีที่สำหรับจอดรถยนต์ ก็ควรต้องเลือกลูกค้าในกลุ่มที่ไม่ใช้รถยนต์ อันจะนำมาซึ่งปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอต่อไป ผู้ประกอบการควรมุ่งถึงจุดเด่นและจุดค้อยของกิจการเพื่อวางแผนในการจัดการทางการตลาดที่ดี เพื่อแก้ไขปรับปรุงจุดค้อยให้ลดลง อีกทั้งต้องพัฒนาจุดเด่นให้ดียิ่งขึ้น

4. ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกตลาดเนื่องจากลูกค้ามีจำนวนมาก และมีความต้องการสินค้าบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องกำหนดส่วนของตลาดที่จะสามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถวางแผนในการจัดการทางการตลาด (7P's) ให้ตรงกับแต่ละกลุ่ม รวมถึงการคำนึงถึงความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มลูกค้าเพื่อตอบสนองกับความต้องการให้ได้มากที่สุด โดยต้องพยายามแก้ไขปัญหาต่างๆ ผู้ประกอบการต้องมีความกระตือรือร้น มีความซื่อสัตย์และมีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า ดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิดให้ความเป็นธรรมกับลูกค้าแต่ละคน มีการป้องกันปัญหา เช่นในด้านปัญหาโจรกรรมภายในห้องพัก ก็ควรดำเนินการติดตั้งกล้องประตูซึ่งลูกค้าแต่ละคนสามารถใช้แม่กุญแจถือคปประตูได้อีกรอบนอกเหนือจากการถือคจากลูกบิด การโจรกรรมรถจักรยานยนต์ ซึ่งเป็นปัญหาที่พบบ่อย คือควรมีการทำที่จอดรถโดยมีการทำโซ่ที่สามารถคล้องกับจักรยานยนต์เพื่อให้ปลอดภัยขึ้น รวมทั้งการมีพนักงานรักษาความปลอดภัยดูแลบริเวณห้องพักหรือแม้แต่การสอดส่องของเจ้าของห้องพักเอง แต่ถ้าห้องพักใดมีเงินทุน ก็ควรจะติดระบบกล้องวงจรปิด เพื่อป้องกันและรักษาความปลอดภัยโดยรวมได้อีกด้วย หอพักควรมีการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก อันได้แก่ เครื่องทำน้ำอุ่น เเคเบิ้ลทีวี อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษาที่มีความจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลทำรายงาน และวิจัยในการศึกษา ในระบบการศึกษาที่ให้นักเรียนเป็นศูนย์กลาง ทำให้นักเรียนนักศึกษา มีความต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารมากขึ้น

5. สำหรับการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์นั้น จะทำให้ลูกค้าแยกความแตกต่างของห้องพักที่นำเสนอได้ สร้างความได้เปรียบของตนเองให้แตกต่างจากคู่แข่ง โดยผู้ประกอบการกำหนด



ผลิตภัณฑ์ คือ ห้องพักขนาดปานกลางพร้อมเฟอร์นิเจอร์ปานกลาง และคิดค่าเช่าปานกลางและต่ำ จึงแทบไม่มีความแตกต่างกันในค่านำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

6. การกำหนดวัตถุประสงค์ จะช่วยให้การวางแผน การใช้แผน และการควบคุมการทำงานของผู้ประกอบการให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยผู้ประกอบการควรมีการกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดมากกว่าความต้องการเพิ่มอัตราการเข้าพักให้มากขึ้น เช่น ต้องการอัตราการเข้าพักที่เปอร์เซ็นต์หรือ เพิ่มกลุ่มลูกค้าเป็นพนักงานให้มากกว่า 50 % เป็นต้น เพื่อให้การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดชัดเจนขึ้น

7. จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการคำนึงถึงกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ระดับปานกลาง แต่กลุ่มลูกค้าคำนึงถึงการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (อ้างถึง ฌฐพล กกก้าแหง, 2546) ผู้ประกอบการจึงควรหันกลับมาสร้างกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยต้องมีการจัดการด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์คือห้องพักมากขึ้นด้วยการมีความใส่ใจกับเฟอร์นิเจอร์ด้วยการซ่อมแซมทำให้เฟอร์นิเจอร์ดูใหม่ นำมาใช้งานอยู่เสมอ อีกทั้งมีการเพิ่มเฟอร์นิเจอร์พิเศษบางอย่างที่กลุ่มลูกค้ามีความต้องการ เช่น ชั้นวางหนังสือ โต๊ะเครื่องแป้ง เป็นต้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น การมีโทรทัศน์ เบบี้ลิตทีวี อินเทอร์เน็ตภายในห้องพัก และแม้กระทั่งสุขภัณฑ์ในห้องน้ำก็ควรมีการซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพใช้งานได้และใหม่อยู่เสมอ

8. จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านราคาในระดับมาก ทั้งที่กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (อ้างถึง ฌฐพล กกก้าแหง, 2546) โดยกลุ่มลูกค้าพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ มากกว่า การที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามาก ส่งผลให้เกิดการตัดราคาแข่งกัน ส่งผลให้ราคาห้องพักต่างๆราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ผู้ประกอบการจึงควรเน้นการปรับปรุงด้านการบริการ ด้านต่างๆเพื่อเพิ่มจุดเด่นมากกว่าการที่จะตัดราคาแข่งกัน ควรมีการคิดค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ตามมิเตอร์และมีการแจกแจงยอดค่าใช้จ่ายให้ลูกค้าทราบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในราคาและสามารถเปรียบเทียบและตรวจสอบการใช้งานของตัวเอง แสดงถึงความซื่อสัตย์ของกิจการต่อลูกค้า

9. กลยุทธ์ด้านสถานที่ตั้ง เป็นด้านที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงตั้งแต่ก่อนเริ่มกิจการเนื่องจากทำเลที่ตั้งที่ดีจะส่งผลต่อลูกค้าที่จะมาพักในห้องพัก เช่น ถ้าต้องการลูกค้ากลุ่มนักเรียนนักศึกษา ก็ต้องตั้งอยู่ใกล้แหล่งศึกษาเพื่อที่ลูกค้าที่จะเข้าพักจะได้มีความสะดวกในการเดินทางไปเรียน เป็นต้น แต่ถ้ากิจการตั้งอยู่แล้วก็ไม่สามารถย้ายที่ตั้งได้แต่ควรใช้กลยุทธ์ด้านอื่นๆแทนเพื่อให้ลูกค้ามองข้ามปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง

10. กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด เป็นด้านที่ผู้ประกอบการและลูกค้าไม่ได้ให้ความสำคัญมาก (อ้างถึง ฌฐพล กกก้าแหง, 2546) แต่เป็นด้านที่ควรตระหนักถึงอย่างมาก เนื่องจากการส่งเสริม

การตลาด และการประชาสัมพันธ์ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้ามาใช้บริการ โดยเฉพาะจากคำบอกกล่าวจากผู้ที่เคยพัก และจากการศึกษาพบว่าสาเหตุของการย้ายห้องพักคือ การย้ายตามเพื่อนมากที่สุด ดังนั้นเพื่อนจึงมีอิทธิพลต่อการพักห้องพัก การประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดทางหนึ่งคือ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในห้องพักและบริการ และแนะนำเพื่อนให้เข้ามาพักที่ห้องพัก อีกทั้งวิธีนี้เป็นทั้งวิธีการรักษาลูกค้าเก่า และเพิ่มลูกค้าใหม่ด้วย อย่างไรก็ตามการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ควรเลือกวิธีการที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าโดยตรง ในกรณีที่ลูกค้าหลักเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ประกอบการควรมีการทำใบปลิว แผ่นพับ ป้ายประกาศเข้าไปติดภายในบริเวณบอร์ดประกาศของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อจะได้สื่อสารถึงกลุ่มลูกค้าได้โดยตรง นอกจากนี้การเป็นสปอนเซอร์ในกิจกรรมต่างๆที่ให้นักศึกษากลุ่มเป้าหมายร่วมอยู่ด้วยก็จะทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักมากขึ้น

11. กลยุทธ์ด้านบุคลากร เป็นด้านที่ทั้งผู้ประกอบการและกลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก (อ้างถึง ฌัฐพล กกก้าแหง, 2546) เนื่องจากบุคลากร เป็นบุคคลแรกที่สามารถสื่อสารถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้รับรู้และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ดี ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมการฝึกอบรมบุคลากรให้มีธรรมาภิบาลที่ดี มีความเอาใจใส่ลูกค้า มีความกระตือรือร้นต่อการให้บริการและสามารถให้คำแนะนำที่ดีต่อลูกค้าได้

12. กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มลูกค้า (อ้างถึง ฌัฐพล กกก้าแหง, 2546) เนื่องจากส่วนใหญ่คิดว่าไม่มีความสำคัญเท่าที่ควรตรงข้ามกับลูกค้าที่ให้ความสำคัญมากเนื่องจากลูกค้าต้องการได้รับการบริการ การดูแลอย่างดีและรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหาต่างๆ เพราะการดูแลอย่างรวดเร็วดังกล่าวแสดงถึงความใส่ใจและการให้ความสำคัญต่อลูกค้า นอกจากนี้ด้วยการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงในปัจจุบัน ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกห้องพักให้ตรงกับความต้องการของตนเองได้มากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากอดีตที่มีผู้ประกอบการน้อยราย ทำให้ลูกค้าเป็นผู้มีอำนาจต่อรองกับผู้ประกอบกิจการมากยิ่งขึ้น

13. กลยุทธ์การสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ ทั้งผู้ประกอบการและกลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญมากเช่นกันเนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่เป็นส่วนหนึ่งในสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า เช่น การที่ห้องพักทำป้ายขนาดใหญ่ให้สังเกตได้ชัดเจน มีการจัดพื้นที่ใช้สอยของห้องพักเหมาะสม และการตกแต่งบริเวณให้สวยงาม นอกจากนี้ยังทำให้เกิดความประทับใจต่อลูกค้าและผู้พบเห็น เกิดความรู้สึกดีต่อห้องพักและทำให้อยากเข้ามาอยู่ด้วย

14. ปัญหาด้านการส่งเสียงดังของลูกค้า การนำสัตว์เลี้ยงภายในห้องพัก การดื่มสุราหรือเล่นการพนันภายในห้องพักนั้น ผู้ประกอบการควรมีการดูแลอย่างใกล้ชิด และมีการตักเตือนเมื่อ

เกิดความไม่สงบเสถียร หรือมีการทำผิดกฎ ข้อบังคับของหอพัก การที่มีการดูแลอย่างใกล้ชิดนี้จะทำให้ลูกค้าไม่กล้าที่จะทำผิดกฎ และเกิดความเรียบร้อยภายในหอพัก

15. ผู้ประกอบการควรทำความรู้จักกับลูกค้า ดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด มีข้อมูลลูกค้าที่เป็นประโยชน์เช่นข้อมูลส่วนตัวลูกค้า เช่น ชื่อ ที่อยู่ สถานที่เรียน/สถานที่ทำงาน ในกรณีที่ลูกค้าเป็นนักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบการควรมี ชื่อ และเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อผู้ปกครองได้ เนื่องจากจะได้สามารถแจ้งเหตุกับผู้ปกครองได้เช่นกรณีลูกค้าไม่สบาย หรือเกิดอุบัติเหตุ เป็นต้น

16. สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาดำเนินกิจการหอพัก ควรมีการศึกษาและหาข้อมูลทั้งจากการดูกลุ่มลูกค้าที่ต้องการ และการดูกลุ่มผู้แข่งขัน จะทำให้กิจการสามารถกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และเนื่องจากในปัจจุบันการแข่งขันมีสูง อีกทั้งผู้ประกอบการรายเดิมมีกลุ่มลูกค้าคือกลุ่มนักศึกษา จึงทำให้ราคาของหอพักไม่สูง และผู้ประกอบการรายเดิมไม่คิดจะเปลี่ยนกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งๆที่ตนเองคิดว่ากลุ่มลูกค้าหลักซึ่งก็คือนักศึกษาในอนาคต มีแนวโน้มเท่าเดิม ผู้ประกอบการรายใหม่ หรือผู้ประกอบการรายเดิมที่มีศักยภาพในด้านเงินทุนจึงควรมุ่งเน้นมองตลาดใหม่ๆที่มีความเป็นไปได้มากขึ้น และทำการปรับปรุงหอพักเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ เช่นอาจเป็นกลุ่มคนทำงานที่ต้องการความสงบและธรรมชาติเนื่องจากเขตพื้นที่ตั้งในตำบลสุเทพ เป็นเขตที่ยังมีความเป็นธรรมชาติอยู่มากและยังไม่พลุกพล่าน เหมาะกับกลุ่มที่ต้องการความสงบ และสามารถเดินทางได้สะดวก เป็นต้น